

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Erste AMA-Marketing Partnertage waren voller Erfolg Vier Termine – Vier Viertel und Austausch mit 1.000 Bäuerinnen und Bauern**

**(Wien, 17. Februar 2024) Das AMA-Gütesiegel ist die wichtigste und bekannteste Marke der Landwirtschaft. Doch was steckt hinter dem AMA-Gütesiegel und was haben Landwirtinnen und Landwirte konkret davon? Diese und vielen andere Fragen beantwortete die AMA-Marketing bei den ersten AMA-Partnertagen in ganz Niederösterreich.**

Um den Dialog mit Landwirtinnen und Landwirten zu verstärken, initiierte die AMA-Marketing eine neue Veranstaltungsreihe, die AMA-Marketing Partnertage. Der Start war in Niederösterreich und die Partnertage werden im Laufe der nächsten Monate auch auf die anderen Bundesländer ausgedehnt werden. Vom 10. bis 13. Februar war man in Hollabrunn im Weinviertel, in Echtsenbach im Waldviertel, in Bad Fischau im Industrieviertel und in Euratsfeld im Mostviertel zu Gast. Die Moderation aller Partnertage übernahm Daniela Morgenbesser, Leiterin der Abteilung Agrarkommunikation in der Landwirtschaftskammer NÖ.

#### **Starke Qualitätsgemeinschaft**

Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin und Lorenz Mayr, Aufsichtsratsvorsitzender der AMA-Marketing, hießen an vier Tagen rund 1.000 Bäuerinnen und Bauern gemeinsam willkommen. „Mit etwa 50.000 Erzeugerverträgen mit AMA-Gütesiegel-Landwirtinnen und -Landwirten sowie 5.000 Verträgen mit Lizenznehmern – darunter der Lebensmittelhandel, Molkereien, Verarbeitungsbetriebe und Packstellen – bilden wir die größte Qualitätsgemeinschaft im Land“, erklärte Mutenthaler-Sipek. „Wir verpflichten uns gemeinsam, definierte Qualitätsstandards einzuhalten und kontinuierlich zu verbessern. Wir geben ein gemeinsames Versprechen an die Konsumentinnen und Konsumenten. Zeigen wir gemeinsam, dass geprüfte regionale Qualität nicht austauschbar und verhandelbar ist – sondern eine Verpflichtung“, so Lorenz Mayr. „Als Qualitätsgemeinschaft des AMA-Gütesiegels müssen wir Herausforderungen mit Optimismus und Entschlossenheit begegnen“, motivierten Mutenthaler-Sipek und Mayr die Gäste an allen Tagen.

#### **Dialog mit der Landwirtschaft**

Für die teilnehmenden Bäuerinnen und Bauern boten die AMA-Partnertage eine wertvolle Gelegenheit, sich einzubringen und eigene Anregungen sowie Ideen zu teilen. „Im Mittelpunkt steht der Dialog. Die Fragen, Meinungen und Ideen der Landwirtinnen und Landwirte sind uns besonders wichtig, denn nur gemeinsam können wir die Herausforderungen der Zukunft meistern“, ermunterte so Mutenthaler-Sipek zum Austausch.

### **Veranstaltung im Waldviertel**

Weiteres Highlight waren die Vorträge von Ethiker und Philosoph Christian Dürnberger und Journalistin Sabine Kronberger. Sie sprachen an allen vier Tagen über „Menschen und Marken“. Dürnberger betonte, dass eine starke Marke Emotionalität brauche, um Zugehörigkeit zu schaffen. Kronberger erklärte daraufhin, dass gerade die persönliche Markenbildung wichtig sei, denn Bäuerinnen und Bauern repräsentieren jeden Tag sich selbst und damit ihre ganz persönliche Marke. An den vier Veranstaltungstagen gab es zusätzlich wechselnde Podiumsdiskussionen.

In Echtsenbach im Waldviertel freuten wir uns über ein prominent besetztes Podium: Es diskutierten Alexander Kiennast, (Geschäftsführer Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels G.m.b.H), Hans Schmid (Produktmanager Pfanni), Erich Kaltenböck (Obmann Stellvertreter EZG Gut Streitdorf), Michael Krapfenbauer (Aufsichtsrats-Vorsitzender Milchgenossenschaft NÖ) und Karl Auer (Präsident des Bundesgemüsebauverbandes Österreich). Abschließend gab es ausreichend Raum für zahlreiche Fragen aus dem Publikum an das Podium, die Vortragenden und die Vertreterinnen und Vertreter der AMA-Marketing.

#### Foto1:

Alexander Kiennast, (Geschäftsführer Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels G.m.b.H), Michael Krapfenbauer (Aufsichtsrats-Vorsitzender Milchgenossenschaft NÖ), Christina Mutenthaler Sipek (GF AMA-Marketing), Andrea Wagner (Vizepräsidentin LK NÖ), Daniela Morgenbesser (Moderatorin), Lorenz Mayr (Aufsichtsratsvorsitzender AMA-Marketing).

Credit: AMA-Marketing

#### Foto 2:

Journalistin Sabine Kronberger, Ethiker Christian Dürnberger, GF AMA-Marketing Christina Mutenthaler Sipek, Moderatorin Daniela Morgenbesser und Aufsichtsratsvorsitzender Lorenz Mayr.

Credit: AMA-Marketing

#### Foto 3:

Michael Krapfenbauer (Aufsichtsrats-Vorsitzender Milchgenossenschaft NÖ), Alexander Kiennast, (Geschäftsführer Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels G.m.b.H), Hans Schmid (Produktmanager Pfanni).

### Rückfragehinweis:

Kristijana Lastro

Unternehmenskommunikation

Tel.: +43 50 3151-401

E-Mail: [presse@amainfo.at](mailto:presse@amainfo.at)

---

#### Über die AMA-Marketing:

Die AMA-Marketing GesmbH ist die österreichische Plattform für Qualität, Absatzförderung und Kommunikation bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Lebensmitteln. Sie zeichnet Spitzenleistungen in der Lebensmittelwirtschaft mit dem AMA-Gütesiegel, dem AMA-Biosiegel und dem AMA GENUSS REGION Siegel aus. Ihre Aufgaben sind gesetzlich geregelt. Die

Finanzierung erfolgt über Agrarmarketingbeiträge der Landwirtinnen und Landwirte, Mittel der Europäischen Union sowie Gebühren der Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer.

